

УДК 351.83 (477)

Рудакевич М.І. д.н.д.у, проф.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ЦІННІСНИЙ АСПЕКТ МІЖНАРОДНОЇ ПОЛІТИКИ ТУРИЗМУ

Rudakevych M.I. Dr., Prof.

VALUE ASPECT OF INTERNATIONAL POLICY OF TOURISM

У зарубіжній і вітчизняній науці все частіше з'являються публікації, присвячені ціннісним інноваціям у суспільному житті, в т.ч. у туристичній галузі (У Чан Кім, Р.Моборнь, Г.Мінтцберг, Т.Бистрова, О.Борисова, І.Зорін, Я.Любимий, Д. Перемітіна, Н.Равлик та ін.). Ціннісний підхід до туризму означає його розгляд як соціально-культурного явища, що спроможне подолати традиційний (конкурентний) підхід до стратегії його розвитку, формуючи нове мислення суб'єктів бізнесу щодо туризму як «цінностей» та «індивідуальних цінностей» туриста як суб'єкта сучасного туризму. Однак зауважимо, що сенс поняття «цінність» не тотожний «засобу» задоволення потреби. Він значно глибший: ставлення людини до чогось як до цінності є суб'єктивним, воно свідомо формується як єдність її раціональної, емоційно-почуттєвої і вольової сфер. Лише таке розуміння «цінності» стимулюватиме суб'єктів туристичного бізнесу до «підвищення» ціннісних характеристик послуг, пропонованих туристам. І в такому сенсі туризм доцільно розглядати як інноваційний простір обміну ціннісно-смысловими продуктами культури окремих особистостей, спільнот і народів.

З огляду на сказане, туристичний бізнес здатний змінювати культурні форми суспільного життя. Така його роль обумовлена соціальними цінностями, які визначають його цілі. Достатньо простежити зміни в житті країн, регіонів і міст, які активно розвивають цю сферу: цінності, покладені в основу їх стратегій і практики, впливають на індивідуально-психологічні цінності й цілі мешканців та туристів. Більше того, аналіз стану й динаміки розвитку туристичної галузі в Україні підтверджує, що туризм не лише стає активним суб'єктом економічної діяльності, а й помітним явищем у культурному житті суспільства. Розширюється простір міжнародного туризму, поглиблюється зміст внутрішнього туризму, помітно збагачується культурний простір держави та духовний потенціал особистості громадянина.

Зростання популярності туризму в житті суспільства обумовлює потребу уточнення його інституційних засад як соціокультурного явища з метою вдосконалення змісту та підходів до вироблення відповідної державної та регіональної політики. Такі засади закріплені в міжнародних документах та міжнародному туристичному праві. Будучи ратифікованими українським парламентом, вони набувають статусу внутрішнього законодавства.

Світовий і вітчизняний досвід засвідчив, що з поширенням соціального туризму, який набуває масового характеру, урізноманітнюються його напрямки (відпочинок, розваги, подорожі, просвітництво, лікування, паломництво тощо); він перетворюється в розгалужену сітку індустрії з відповідними принципами, організаційними формами й методами та виробничим циклом. Зміна мотивації туристичного попиту обумовила не лише диференціацію і спеціалізацію туризму, а й появу нових підходів, які долають його традиційні межі як бізнесу і відкривають нові – справжні джерела його цінності як явища культури й суспільного життя.

Сьогодні складно однозначно визначити явище «туризм» (потреба, сфера життя, економічна система, виробництво, послуга, сукупність взаємовідносин і послуг, сфера спілкування тощо), проте відстежити зміну акцентів та виявити його сутність можна,

аналізуючи офіційно закріплені терміни, якими послуговується практика міжнародного туризму. Так, ООН у 1954 р. (м. Брюсель) визначила туризм як «активний відпочинок, що впливає на зміцнення здоров'я, фізичний розвиток людини, пов'язаний із пересуванням за межами постійного місця проживання. Невдовзі, Римська резолюція з розвитку туризму (1963 р., м. Рим) відзначила міжнародне значення туризму і сформулювала його принципи та ін. (форми співпраці, заходи подальшого розвитку тощо), значно розширивши межі впливу цієї суспільної діяльності. Зокрема, свобода пересування та відсутність дискримінації, заохочення подорожей з освітніми, науковими, культурними та спортивними цілями, а також, що вкрай важливо, – координація різних сторін туристичної діяльності. Як бачимо, міжнародна спільнота більшою мірою акцентує увагу на соціокультурному чиннику туризму, а не на економічній стороні, незважаючи на те, що сьогодні вона належить до найбільш прибуткових. Підтвердженням сказаному є і пункт Міжнародної конвенції з контрактів на подорожі (Міжнародна конференція ООН, 1970, м. Брюсель), згідно якого в якості одного з видів допомоги для розвитку міжнародного туризму «рекомендується надання довгострокових кредитів з низькими процентними ставками з таких джерел, як МБРР та МФК».

Найбільш широке соціально-гуманітарне трактування туризму сформульоване в Манільській декларації із світового туризму, прийнятій на Всесвітній конференції в рамках ООН (1980 р., Маніла, Філіпіни), в якій взяли участь делегації 107 країн та 91 міжнародні урядові й неурядові організації. В сучасних умовах, сказано в Декларації, «туризм розуміється як діяльність, що має важливе значення в житті народів завдяки безпосередньому впливу на соціальну, культурну, освітню і економічну сфери життя держав та їх міжнародні відносини». Існування туризму та його розвиток залежить від миру в світі. Разом з тим, саме туризм, як система моральних комунікацій, виступає в якості позитивного і постійного чинника взаємного пізнання і розуміння один одного та основою для досягнення високого рівня поваги й довіри між народами світу. Довіра, як відомо, не виникає природнім чином, якщо відсутня моральна культура – етична система навичок і звичок та приписів, які уможливають спільну моральну комунікацію і взаємодію. Саме тому Декларація наголошує на соціальному пріоритеті туризму: духовні цінності повинні домінувати над матеріальними і технічними елементами. Такими основними духовними цінностями є: гармонійний розвиток особистості; постійно зростаючий пізнавальний і виховний вклад; рівні права народів на визначення власної долі; звільнення людини, як право на повагу її гідності та індивідуальності; визнання самотності культур і повага моральних цінностей народів. Названі цілі туризму вимагають проведення активної пропаганди гуманітарної та інтелектуальної складових цінностей туризму; виховання в населення поваги традицій і звичаїв народів відвідуваних країн. «Документ Акапулько» (ВОТ, Мексика, 1982), наголошуючи на «соціокультурній» сутності туризму, відмічає, що за таких умов «Міжнародний туризм може стати суттєвим чинником забезпечення миру в усьому світі... стати моральною та інтелектуальною основою для нового економічного порядку».

Основні принципи міжнародного туристичного права містяться в Хартії туризму та Кодексі туриста (VI сесія Генасамблеї ВОТ, 1985 р.). Цими документами встановлено базові вимоги до політики держав світу щодо забезпечення гармонійного розвитку внутрішнього і зовнішнього туризму, а також обов'язки туриста та його права на отримання туристських послуг.

Згідно Хартії туризму, держави повинні проводити туристичну політику у відповідності з політикою загального розвитку, яка здійснюється на місцевому, регіональному, національному і міжнародному рівнях; особливу увагу слід приділяти

молодіжному туризму, туризму людей похилого віку і людей із фізичними вадами; в інтересах нинішнього, майбутнього поколінь.

Практична реалізація цих положень потребує ключових чинників успіху, суть яких розкривають критерії сталого розвитку, що означає здійснення туристичної діяльності в екологічно чистий спосіб, життєздатний з економічної і культурної точок зору та заснований на соціальній справедливості й рівності місцевих громад. З цією метою Хартія вимагає від урядів: захищати туристичне середовище, яке включає людину, природу, суспільні відносини та культуру і є надбанням всього людства; сприяти контактам туристів із місцевим населенням з метою поліпшення взаєморозуміння і взаємного збагачення; сприяти інформуванню туристів з метою створення умов для розуміння звичаїв місцевого населення в місцях транзиту та тимчасового перебування.

З цією ж метою Хартія визначає принципи і обов'язки працівників туристичної галузі в рамках професійної діяльності, які сприятимуть утвердженню гуманістичного характеру туризму, зокрема, вимогу взаємодіяти між собою та публічною владою через національні та міжнародні організації з метою поліпшення координації діяльності та якості надання послуг.

Гуманістичний і соціально-культурний характер туризму особливо яскраво відображений у Кодексі туриста. Цей документ відображає двосторонній характер туристичної галузі: він містить обов'язки туриста щодо поведінки в місцях перебування та його права на отримання якісних послуг. У Кодексі зазначено, що туристи своєю поведінкою повинні сприяти взаєморозумінню і дружнім відносинам між народами на національному та міжнародному рівнях; поважати усталений політичний, соціальний, моральний і релігійний уклад; слідувати діючим законам і правилам у місцях туризму та тимчасового перебування; виявляти найбільше розуміння і високу повагу до національної культури приймаючої сторони та природних надбань народу.

Інший аспект Кодексу – права туриста – характеризують сприятливі умови (вдома, і в країні перебування) впродовж терміну перебування, право отримувати об'єктивну, точну і вичерпну інформацію про додаткові послуги. До виняткових прав туриста в країні перебування належить право користуватися заходами пом'якшення адміністративного та фінансового контролю.

Гуманний характер туризму виражений найбільш повно в Гаагській Декларації про туризм, яка прийнята Міжпарламентською конференцією з туризму спільно з Міжпарламентським союзом (МПС) та Всесвітньою організацією з туризму (ВОТ) (Нідерланди, 1989 р.). Туризм визначено як важливу форму використання вільного часу та основний засіб міжособистісних зв'язків, політичних, економічних та культурних контактів, що стали необхідними внаслідок інтернаціоналізації всіх секторів нашого життя. Декларація – є зверненням до парламентів, урядів, державних і приватних організацій, навчальних закладів та ін., які несуть відповідальність за туристичну діяльність та професіоналів у сфері туризму – дотримуватися встановлених принципів туризму. Це сприятиме створенню атмосфери довіри і взаєморозуміння в спільноті і між державами, що відповідає інтересам усіх країн і народів.

Три цілі, які рекомендовано парламентам забезпечити в туристичному законодавстві: захист туристів, захист інтересів країни у випадку виникнення проблем (вплив на оточуюче середовище та порушення культурних цінностей); розширення масштабів туризму, – в узагальненому вигляді відображають міжнародні цінності політики туризму. Вони конкретизовані в документах спеціалізованих державних і міждержавних організацій з туризму, національних неурядових організацій та регіональних, урядових і неурядових організацій з туризму.